УДК 81'27'83:070.4:808.1
ББК 81.001.2
К 44

Кисель И.Ф.
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г.Ростов, irabadanyan@gmail.com

Лингвокультурная специфика заголовка медиатекста в аспекте интертекстуальности

(Рецензирована)

Аннотация.
Статья посвящена выявлению и описанию лингвокультурной специфики реализации категории интертекстуальности в заголовке медиатекста. Объектом исследования является заголовок как важнейший компонент медиатекста, предметом выступают способы языковой репрезентации категории интертекстуальности в заголовке медиатекста. Для достижения поставленных задач были использованы методы контекстуального и лингвокультурологического анализа, лингвистического описания. Материалом послужили газетно-журнальные тексты российских Интернет-изданий. Теоретическая значимость исследования определяется вкладом в изучение лингвокультурной специфики формирования медийной картины мира в аспекте интертекстуальности. Практическая ценность полученных результатов заключается в возможности их использования в преподавании вузовских курсов. Установлено, что интертекстуальные включения в заголовке современного медиатекста являются способом формирования языковой картины мира и репрезентации лингвокультурного кода.

Ключевые слова:
медиатекст, заголовок, категория интертекстуальности, интертекст, аллюзия, цитация, прецедентность

Kisel I.F.
Rostov State University of Economics (RINH), Rostov, irabadanyan@gmail.com

Linguistic and cultural specifics of media text headline in the aspect of intertextuality

Abstract.
The article is devoted to identifying and describing the linguistic and cultural specifics of the implementation of the category of intertextuality in the title of the media text. The object of the study is the title as the most important component of media text, the subject are methods of linguistic representation of the intertextuality category in the title of media text. To achieve the tasks, methods of contextual and linguoculturological analysis, and linguistic description were used. The material was the newspaper and magazine texts of Russian Internet publications. The theoretical significance of the study is determined by the contribution to the study of the linguistic and cultural specifics of the formation of the media picture of the world in the aspect of intertextuality. The practical value of the results obtained lies in the possibility of their use in teaching university courses. It has been established

that intertextual inclusions in the title of modern media text are a way to form a linguistic picture of the world and represent a linguistic cultural code.

Keywords:

Media text, title, intertextuality category, intertext, allusion, citation, precedence

Антропоцентрический подход в лингвистической науке обусловил исследование функционального аспекта языковых и речевых явлений, которые, как отметил А.В. Олянич, «стали рассматриваться под новым – дискурсивным – углом зрения» [1: 158]. Изучение языковых явлений с учетом тесной взаимосвязи человека и коммуникации стали важнейшими фокусами современных исследований.

Вслед за М.Р. Желтухиной, медиадискурс мы понимаем как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [2: 132]. Заголовок как ключевой элемент медиадискурса определяет успешность коммуникативного акта. «Высокий уровень его перцептивности, коммуникативная достаточность и способность реализовать коммуникативный акт при отказе реципиента от обращения к собственно сообщению (телу статьи) позволяют говорить о заголовке как о “квазисообщении”, характеризующемся повышенной информационной насыщенностью, интертекстуальностью, ярко выраженной прагматической направленностью и автономностью от собственно сообщения» [3: 59]. Заголовок является важнейшим компонентом структуры медиатекста и выполняет главную задачу – это привлечение массового читателя и воздействия на его мнение. Таким образом, заголовок представляет собой «первичный сигнал воздействия на аудиторию» [4: 240].

Категория интертекстуальности в медиадискурсе рассматривается нами как один из способов познания и отражения культуры посредством языка. Интертекстуальность – это «включение в текст либо целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде маркированных или немаркированных, преобразованных или неизменных цитат, аллюзий и реминисценций» [5: 346]. Интертекстуальные включения в заголовках выполняют не только информативную и экспрессивно-оценочную, но и воздействующую функцию.

Следует отметить, что в лингвистических и литературоведческих исследованиях выделяют такие формы интертекстуальности как цитата, цитация, аллюзия, реминисценция, аппликация [6].

В рамках данной статьи рассмотрим аллюзию как средство выражения интертекстуальности. Аллюзия – это «прием, состоящий в ассоциативной отсылке к известному для адресата факту виртуальной либо реальной действительности» [7: 65]; «соотнесение предмета общения с ситуацией или событием, описанным в определённом тексте, без упоминания этого текста и без воспроизведения значительной его части, то есть только на содержательном уровне» [8: 66]. Например: *Начали за «Новичок», а кончили за договор* [https://www.kommersant.ru/doc/4672480]. В данном примере аллюзия на русскую пословицу «Начал за здравие, а кончил за упокой», которая значит «начал что-либо делать хорошо, а закончил плохо».

В заголовках медиатекстов часто используются аллюзии на художественные произведения.

Рассмотрим примеры интертекстуальности с трансформацией цитат. Данные трансформированные цитаты представляют собой прецедентные тексты. Как показал анализ практического материала, источником интертекстуальности являются прецедентные тексты из кинофильмов и художественной литературы. Например: *Молдавская гвардия Эксперт «Валдая» Станислав Ткаченко — о том, чего России ждать от победы Майи Санду на выборах в республике* [https://iz.ru/1088304/stanislav-tkachenko/moldavskaia-gvardiia]. В данном примере используется трансформированная цитата, которая создает языковую игру. Имеется в виду произведение советского писателя А.А. Фадеева «Молодая гвардия».

Или например измененная цитация: *Как закалялось слово* [https://iz.ru/925677/roman-senchin/kak-zakalialos-slovo].

В данном примере аллюзия на известный роман советского писателя Николая Островского «Как закалялась сталь».

Лингвокультурная специфика заголовка современного медиатекста реализуется аллюзией на название фильмов. Например: *Нофелет находится здесь. Геолокация мобильных телефонов перестанет быть тайной* [https://rg.ru/2021/02/04/geolokaciia-mobilnyh-telefonov-perestanet-byt-tajnoj.html]. В данном случае аллюзия на советскую комедию-мелодраму Геральда Бежанова «Где находится нофелет?» 1988 года. Если читатель не знаком с содержанием данного фильма, он не будет знать, что слово «нофелет» это сказанное в обратном порядке слово «телефон».

В заголовках используются трансформированные крылатые выражения, которые отражают языковую картину мира русской лингвокультуры, например: *Не экзаменом единым* [https://www.gazeta.ru/column/yardaeva/12382141.shtml]. В данном примере используется трансформированная цитата из Библии: *«не хлебом единым жив человек, а всем исходящем из Уст Божьих живёт человек»*.

Рассмотрим пример цитации крылатого выражения: *Вуз и ныне там* [https://rg.ru/2021/01/27/kakie-izmeneniia-zhdut-abiturientov-rossii-i-belarusi.html]. Выражение *вуз и ныне там* представляет собой трансформированную цитату известного выражения «А воз и ныне там» из произведения русского баснописца Ивана Андреевича Крылова «Лебедь, Щука и Рак». Данное выражение характеризует ситуацию, когда, выполняя общее дело, люди не могут найти взаимопонимание и прийти к общему результату.

Интересным явлением представляется использование в заголовках прецедентных имен, значимых для когнитивного пространства национальной картины мира, например: *Террорист Бульба* [https://iz.ru/1099668/svetlana-naborshchikova/terrorist-bulba].

В данном случае аллюзия на героя повести Н.Гоголя Тараса Бульбу. Автор статьи пишет о том, как нежелание читать книги повлияет на репертуар театров. Рассмотрим пример трансформации цитаты в заголовке, которая являются аллюзией на прецедентное имя, например: *Речи на Эльбе* [https://iz.ru/1003456/eduard-lozanskii/rechi-na-elbe]. В данном примере используется прецедентное имя, которое связано с историческим событием второй мировой войны, – встречей на Эльбе союзников.

Таким образом, прецедентные феномены в заголовке выступают трансляторами этнокультурных, нравственно-моральных и этических установок определенного социума.

Проведенное исследование позволило прийти к выводу о том, что понимание и расшифровка аллюзии в заголовке статьи требует от реципиента определенных

социокультурных знаний и определенного культурного тезауруса. Адекватная интерпретация прецедентных феноменов в заголовке, а значит и декодирование заложенного смысла статьи медиатекста, требует совпадения фоновых знаний автора медиатекста и читателя.

Примечания:

1. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса. Москва: Гнозис, 2007. 407 с.

2. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. Москва; Волгоград: ИЯ РАН: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.

3. Комаров Е.Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 199 с.

4. Прохорова К.В. Заголовочный комплекс в медиатексте: особенности функционирования // Вестник СПбГУ. 2012. Сер. 9, вып. 1. С. 238-246.

5. Арнольд И.В. Объективность, субъективность и предвзятость в интерпретации художественного текста // Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сб. статей. Санкт-Петербург: СПбГУ, 1999. С. 341-350.

6. Хачмафова З.Р., Лучинская Е.Н. Интертекстуальность как отражение лингвокультурного сознания женской языковой личности // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. Майкоп, 2012. С. С. 261-267.

7. Москвин В.П. Цитирование, аппликация, парафраз: к разграничению понятий // Филологические науки. 2002. № 1. С. 63-70.

8. Слышкин Г.Г. Прецедентный текст: структура концепта и способы апелляции к нему. Проблемы речевой коммуникации // Межвузовский сборник научных трудов. Саратов: Саратовский нац. исслед. гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского, 2000. С. 62-68.

References:

1. Olyanich A.V. Presentation theory of discourse. Moscow: Gnosis, 2007. 407 pp.

2. Zheltukhina M.R. Tropological suggestiveness of mass media discourse: on the problem of speech influence of tropes in the language of the media: a monograph. Moscow; Volgograd: IYa RAN: VF MUPK Publishing house, 2003. 656 pp.

3. Komarov E.N. Value guidelines in the headlines of the French and Russian mass media: Diss. for the Cand. of Philology degree. Volgograd, 2003. 199 pp.

4. Prokhorova K.V. The heading complex in the media text: peculiarities of functioning // Bulletin of SPbSU. 2012. Ser. 9, Iss. 1. P. 238-246.

5. Arnold I.V. Objectivity, subjectivity and bias in the interpretation of a literary text // Semantics. Stylistics. Intertextuality: coll. of articles. St. Petersburg: SPbSU, 1999. P. 341-350.

6. Khachmafova Z.R., Luchinskaya E.N. Intertextuality as a reflection of the linguocultural consciousness of a female language personality // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. Maikop, 2012. P. 261-267.

7. Moskvin V.P. Citation, application, paraphrase: to the differentiation of concepts // Philological sciences. 2002. No. 1. P. 63-70.

8. Slyshkin G.G. Precedent text: the structure of the concept and how to appeal to it. Problems of speech communication // Interuniversity collection of scientific papers. Saratov: Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, 2000. P. 62-68.